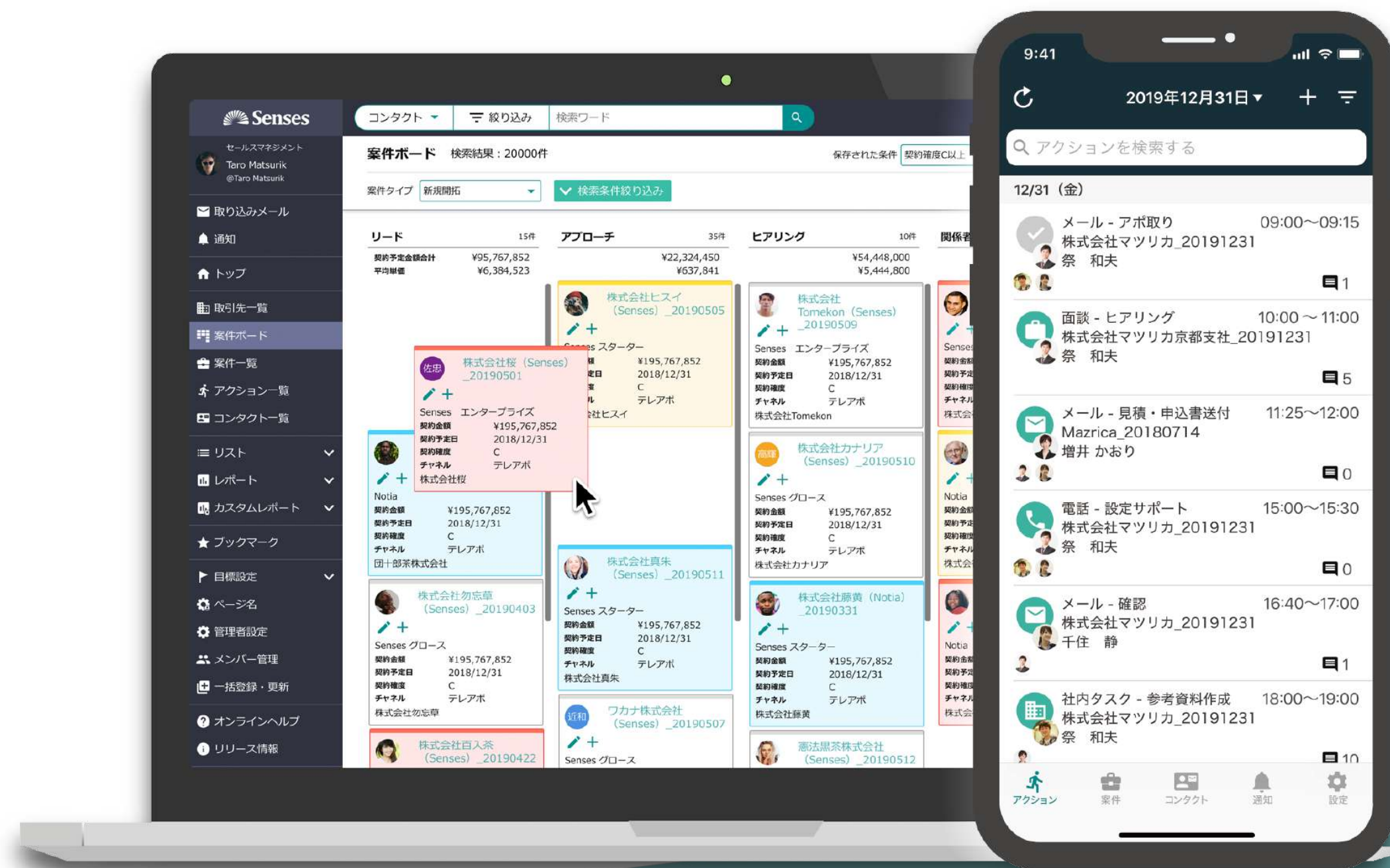


クラウド営業支援ツール



使いこなせていないSFAにまだ無駄なコストを払い続けますか？

~SFA乗り換えのポイント~



1. 自己紹介 / 会社紹介
2. なぜ今SFAを見直すべきなのか？
3. SFA導入・運用失敗あるある
4. SFA導入成功のポイント
5. 営業支援ツールSensesの特徴
6. 乗り換え Before / After
7. QA / ご相談コーナー



広告代理店、プロダクション、BPO等での営業他、ソーシャルアプリのディレクションに従事。

その後、飲食店予約システムサービス提供会社にて、インサイドセールス部署の新規立ち上げに携わり、セールステック（SFAやMA）やセールスコンテンツを活用した営業組織強化に貢献。

2019年に株式会社マツリカにジョインし、Account Executive(営業)として従事。

現在は、AEとCSを兼務し、スペシャリストとして商談機会の創出、提案・成約、運用・定着促進まで担う。

会社名	株式会社マツリカ / mazrica, inc.
所在地	〒103-0004 東京都中央区東日本橋2丁目24-9 LIT HIGASHI-NIHOMBASHI 8F
代表者名	代表取締役 黒佐 英司 代表取締役 飯作 供史
設立年月日	2015年4月30日
資本金	730,667,153円（資本準備金含む）
事業内容	クラウド営業支援ツールSensesの開発・運営 営業活動におけるコンサルティング業務 その他インターネットインフラ事業の開発・運営
株主	経営陣 DNX Ventures 株式会社NTTドコモ・ベンチャーズ アーキタイプベンチャーズ株式会社 SMBCベンチャーキャピタル株式会社 ニッセイ・キャピタル株式会社 いよぎんキャピタル株式会社 他





世界を祭り化する

FestivaliseTheWorld

「テクノロジーの力で、人が夢中になる状態を産み出す」

サービスを創出していきます

第一弾として営業活動を「祭り化」するため、営業支援プラットフォームを運営
属人化する知見・スキルを組織のビッグデータとして蓄積・活用し、営業成果の最大化を実現

— Our Service —

オウンドメディア

Senses Lab. 営業組織の課題を解決する
ビジネスナレッジメディア

クラウド営業支援ツール

 **Senses**

AIメールアシスタント

 **Notia**

クラウド営業支援ツール Senses (センシーズ)



利用企業数

2,000社

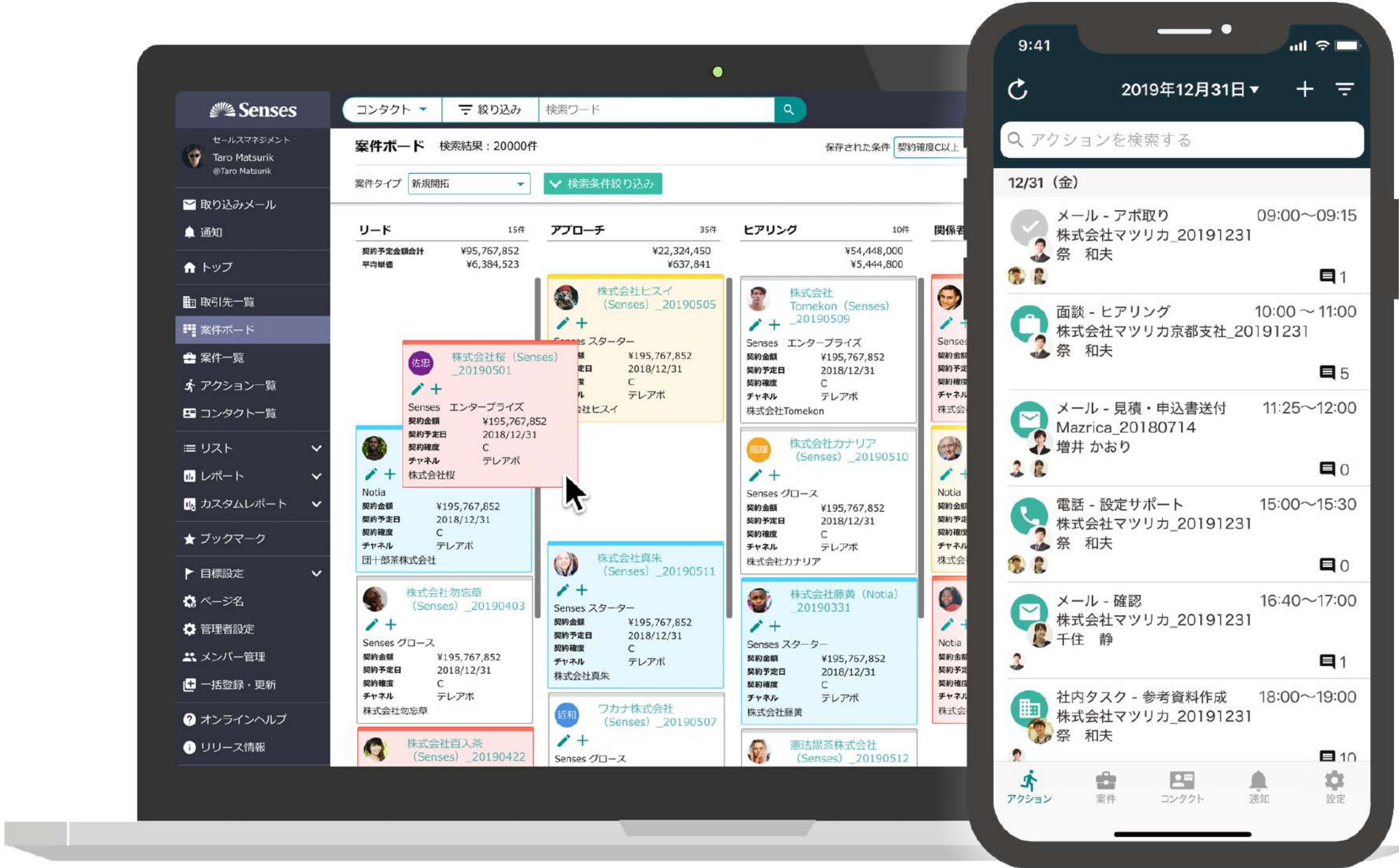
DAU

55%

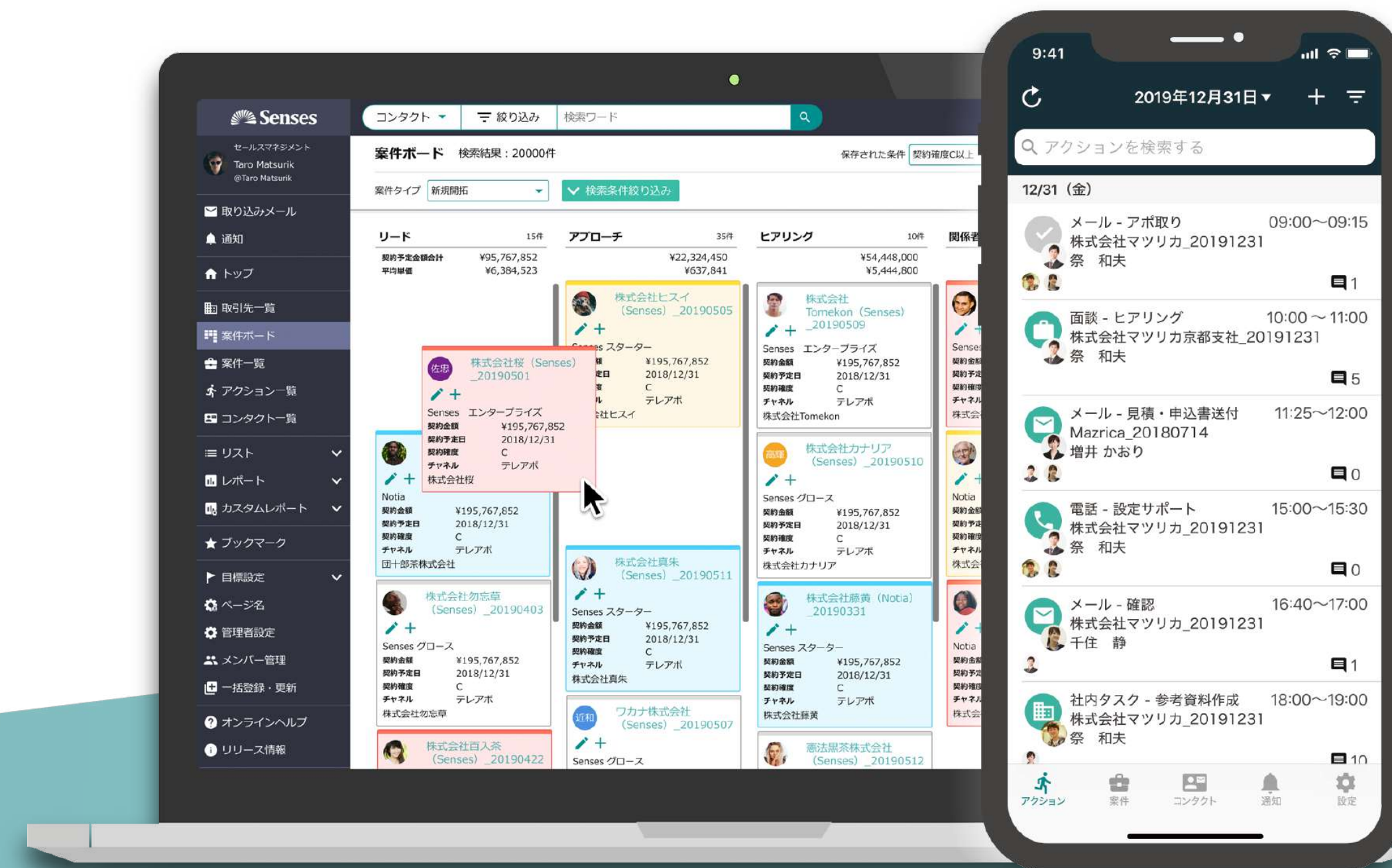
契約継続率

98%

成果を自動的に最大化する営業支援ツール



なぜ今SFAを見直すべきなのか？





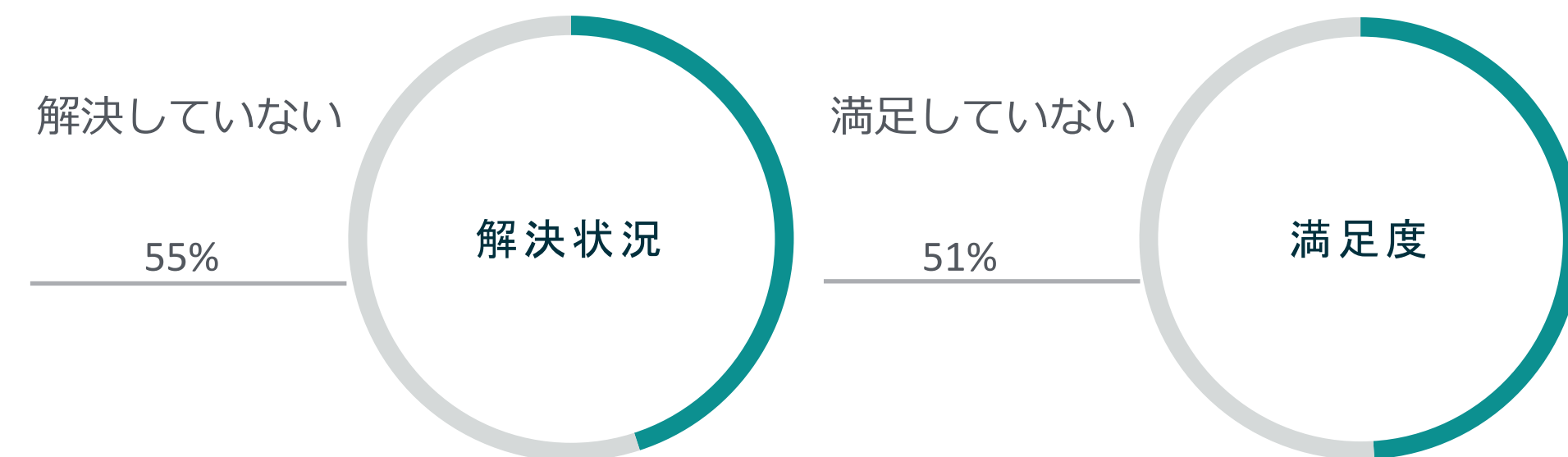
営業組織の
生産性向上と働き方改革は
今まさに取り組むべき課題

日本企業の経営課題TOP3



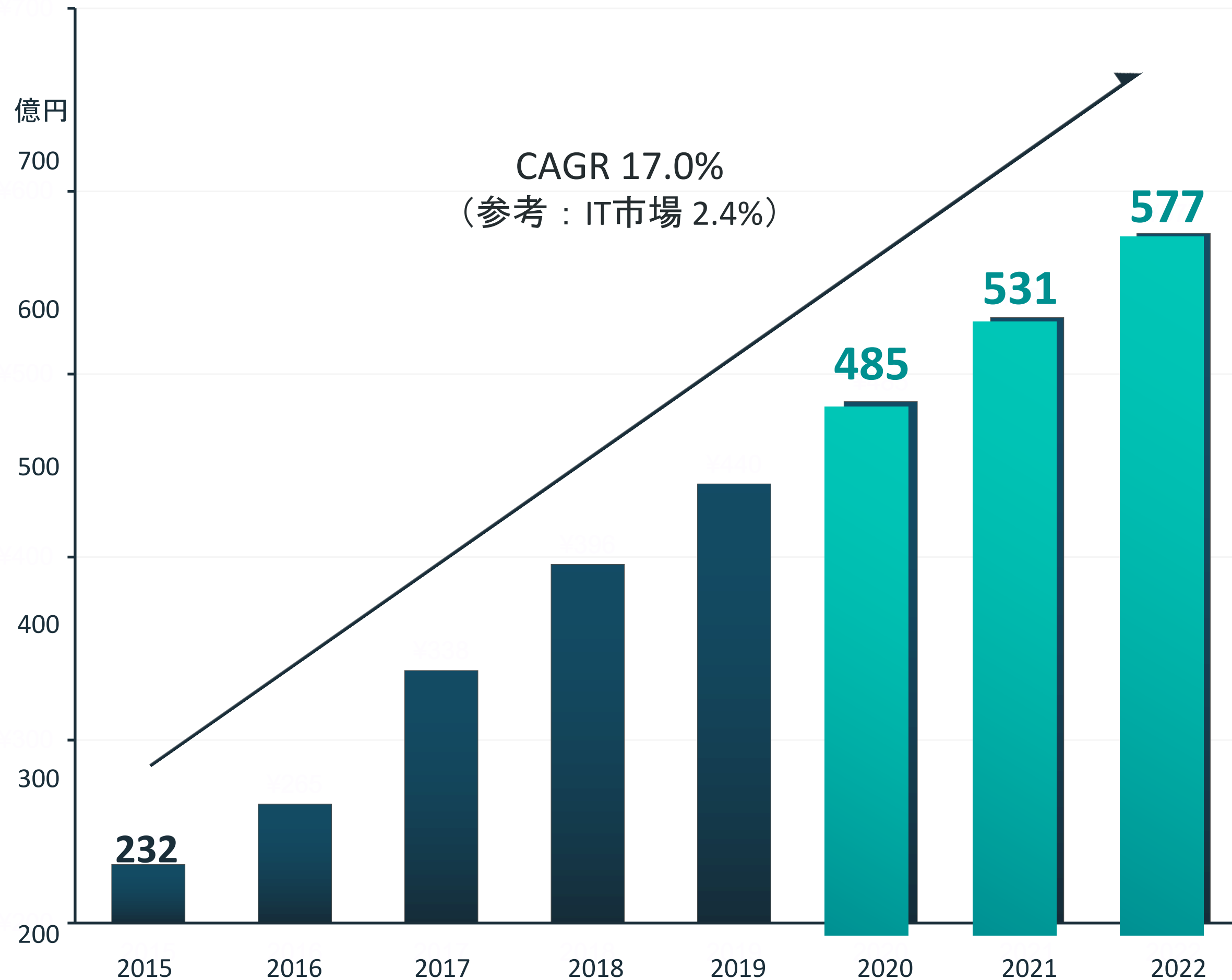
営業生産性向上に向け、「働き方改革」が求められる

SFA導入による営業改革の実態



営業改革の施策として多くの企業がSFA（営業支援ツール）
導入/活用を試みるが、過半数の企業が失敗に終わる

国内SFA/CRM市場規模



SFA/CRM市場拡大の背景

IT環境の普及やDX推進意欲の高まりを背景にSFA導入が一般化

- ・ IT普及による競合との競争激化
- ・ 少子高齢化、労働力不足への懸念

主なSFA導入目的

- ・ 売上の向上
- ・ 営業進捗の見える化
- ・ トップ営業のナレッジ共有
- ・ 営業データ集計の効率化 等

しかし…

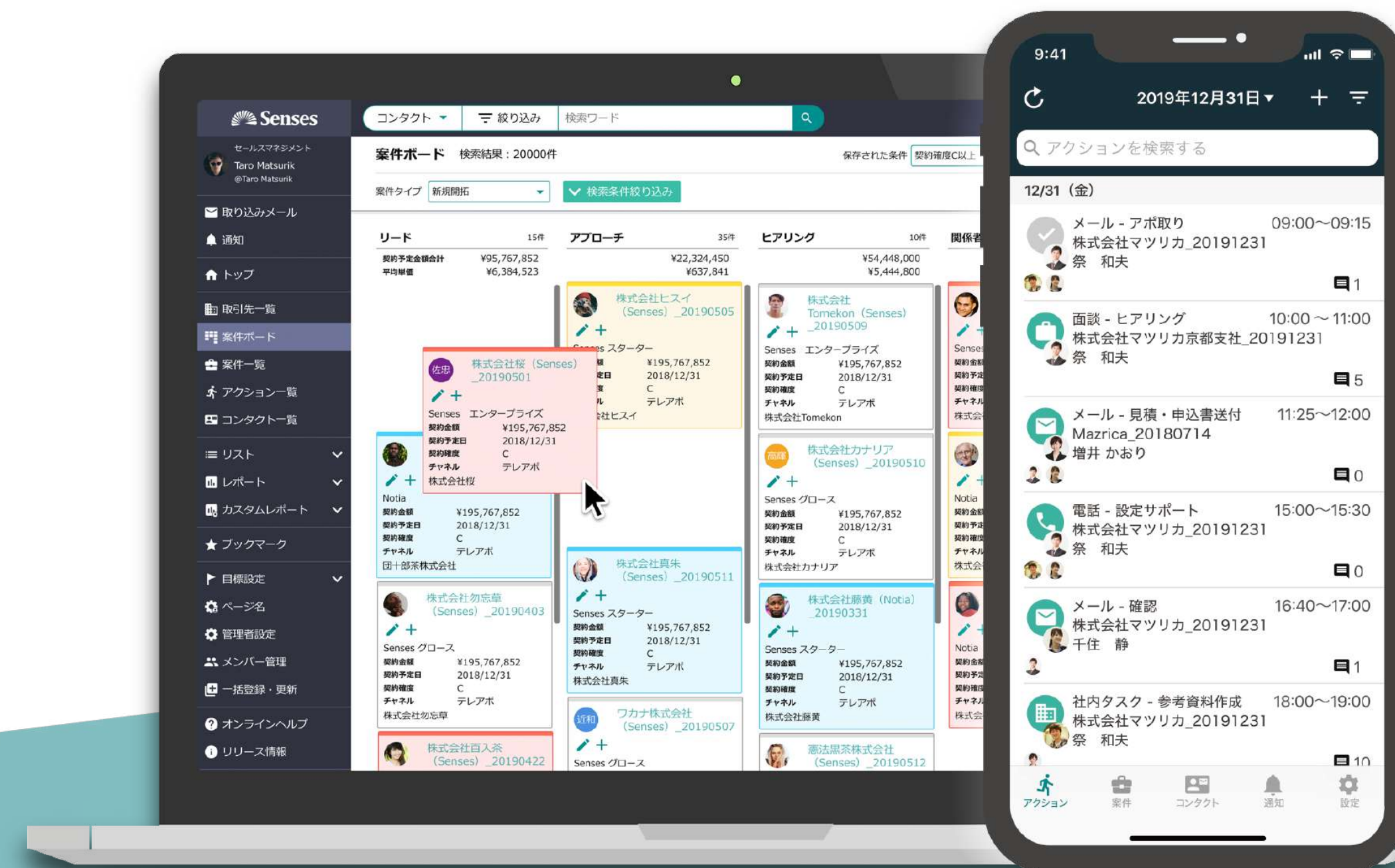
SFA導入済み企業の過半数は課題を解決できず、満足な成果をあげていない



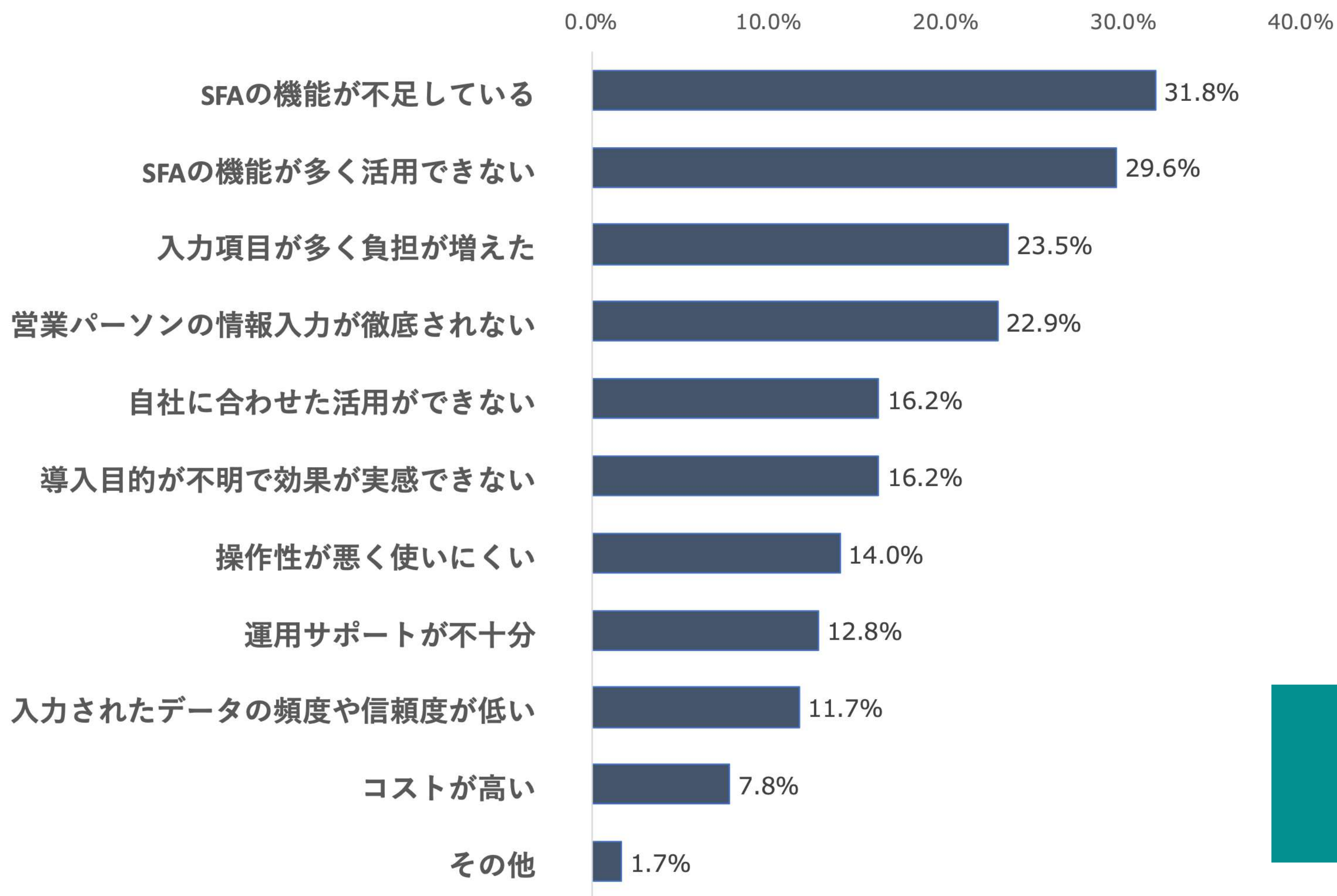
営業改革の施策として多くの企業がSFAの導入/活用を試みるが、過半数の企業が失敗に終わる

出典：SFA導入200社満足度調査データ

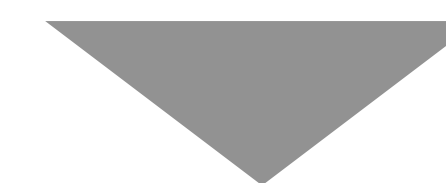
SFA導入・運用失敗あるある



SFAの活用における問題や不満



- 機能の不足／過多
- 適切な入力項目
- 情報入力の精度
- 運用コスト etc



**導入後の問題・不満は様々
SFA導入・活用は難しい！？**

出典：「SFA導入200社満足度調査」

① 「とりあえず導入」型

【こんな会社は注意】

- ・ 自社の営業課題が何かわからない
- ・ 他社が使っていると聞いてSFAに興味を持った
- ・ 手を打ちたいことがたくさんある

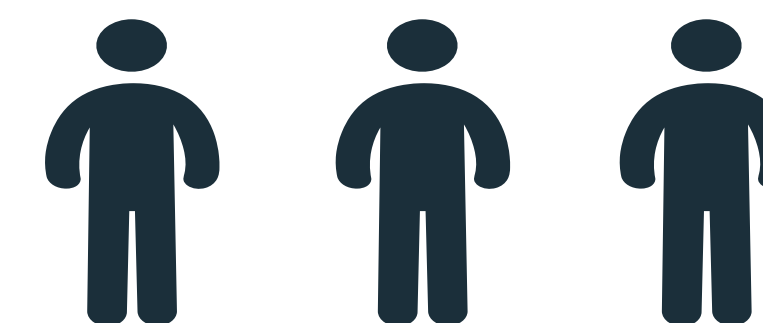


SFAを導入する目的が曖昧
or
SFAで全てを解決したい

【とりあえず型によくある失敗】

- ・ 現場利用者が情報投入しない
- ・ 入力項目が多すぎる
- ・ 入力される情報の質、量がバラバラ
- ・ 情報が入力されても活用できない

- ・ 忙しいからSFA使う時間がない！
- ・ 機能が足りない！機能が多すぎる！
- ・ 効果がコストに見合わない！



利用者の不満

② 「運用疲弊」型

【こんな会社は注意】

- ・ 使いやすさより機能を優先
- ・ 完璧に環境を作り込んで運用開始したい
- ・ SFAで営業周りの機能をすべて



ツールの選定軸が
機能重視

【運用疲弊型によくある失敗】

- ・ 短期的には使うが定着しない
- ・ 操作に詳しい担当者へ質問が集中
- ・ 運用開始後の微調整ができない

- ・ 使いづらい！使い方がわからない！
- ・ SFA使うと生産性が下がる！
- ・ 使っていない入力項目がたくさんある！



利用者の不満

SFAは多くの企業にとって “入力されず、使いこなせない”

立場

不満

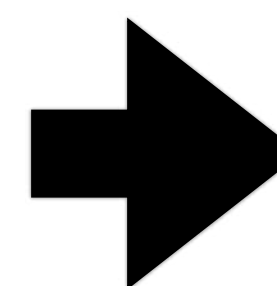
問題

現場

- ・入力したくない
- ・使い方がわからない
- ・何のためにやるかわからない

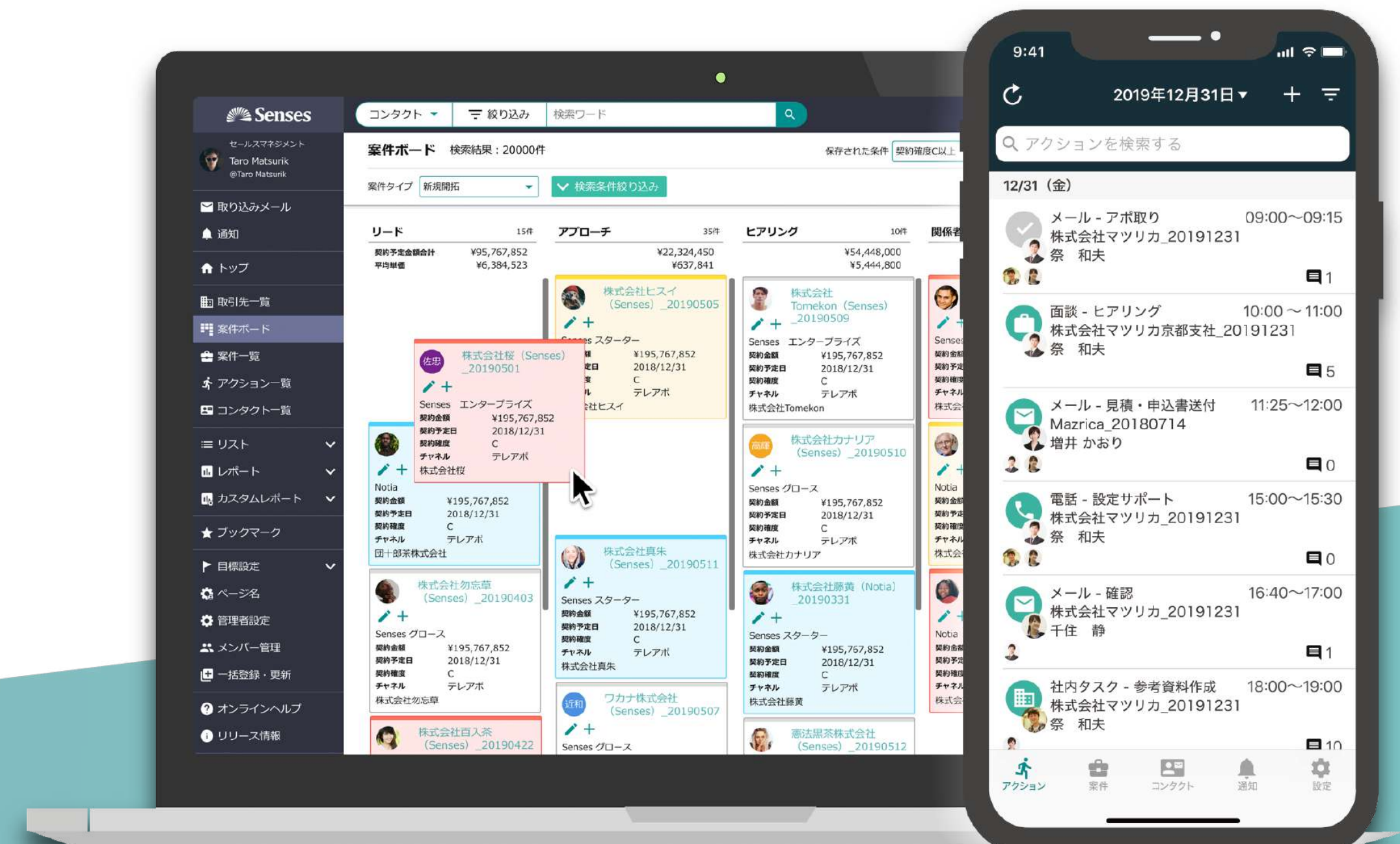
管理者

- ・データが見れない
- ・データの信憑性がない
- ・どのデータを見れば良いかわからない



- ・データが貯まらない
- ・虚偽データばかり貯まる
- ・分析できない

SFA導入成功のポイント



システム導入で最もやってはならないことは、
『機能』 と **『価格』** で選ぶこと。

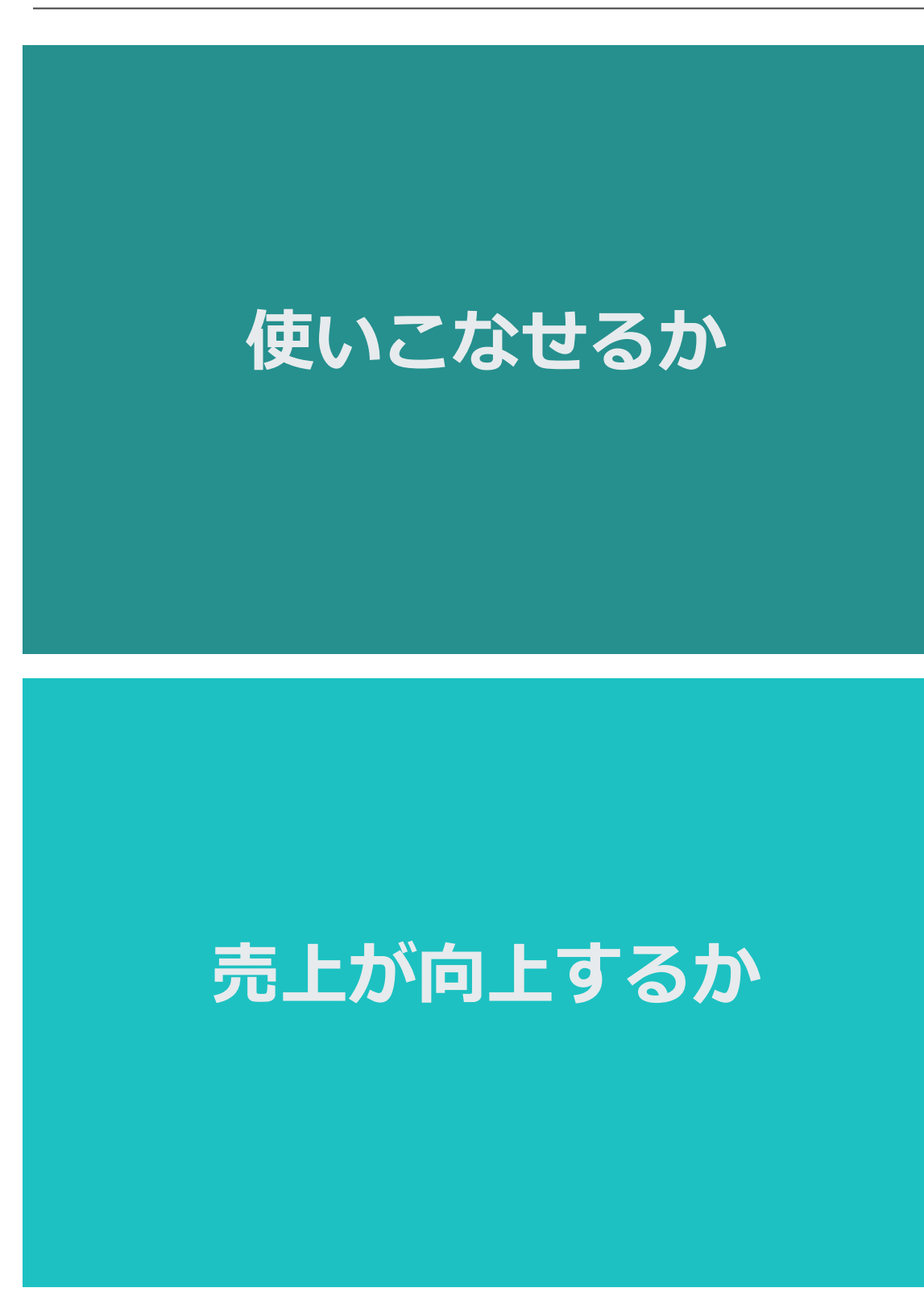
価格が上がれば機能も増え、機能が増えれば導入難易度が上がる

コストは時間コストも非常に大きく、機能は売上を上げてくれない

導入失敗パターン



あるべき選定基準



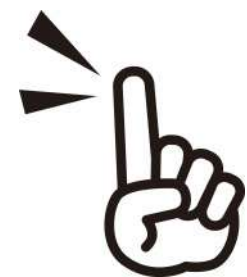
具体的選定ポイント

- 直感的にわかりやすい画面設計になっているか
- 出先でもモバイル入力が簡単に行えるか
- 入力の負荷が高くないか
- サポートのスピードと品質は十分か
- 非IT人材(マネージャー・部長)が自ら設定・変更できるか
- ゼロから作りこまなくてもレポートがあるか
- 表面的な集計ではなく時系列での推移を捉えられる分析レポートがあるか
- ナレッジシェアの仕組みがあるか

ポイントを抑えた導入検討のSTEPを踏む
STEP01で決めた「課題」をぶらさずにSTEPを進める

STEP 01

課題洗い出し
優先順位付け

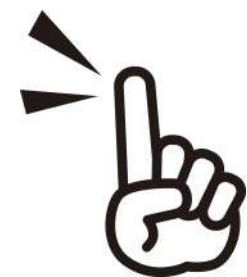


- ・ 解決する課題を決める
- ・ **Must / Want**に分ける

目的絞る

STEP 02

情報収集
ツール比較



- ・ **ツールの選定軸**を決める
- ・ 便利機能に惑わされない

機能絞る

STEP 03

関係者含めた
意思決定



- ・ 運用キーマンを巻き込む
- ・ **組織で当事者意識**を持つ

関係者巻き込む

STEP 04

環境構築
運用開始



- ・ 現場にメリットを感じてもらう
- ・ 運用後の微調整を前提として環境を作り込み過ぎない

シンプルに運用

解決すべき課題を洗い出し、優先順位を付ける（Must/Wantに分ける）

優先度	課題	目指す姿	上位課題	課題区分	Must /Want
1	案件進捗の管理	タイムリーに案件にテコ入れして不要な失注を無くす	受注機会損失	売上向上	Must
2	営業レポート作成に時間がかかり過ぎ	レポート作成に費やす時間を短縮する	リソース適正化	コスト削減 稼働創出	Must
3	受注・失注事例を共有していない	有益な情報を蓄積して商品開発に反映	競争力強化	売上向上	Want
4	提案書の共有	良い提案書は共有して使い回せるようにする	受注機会損失 リソース適正化	売上向上 コスト削減	Want

5つの検討軸に優先順位を付けてツールを選定

No	検討軸	検討ポイント
1	機能面	<input type="checkbox"/> 自社に必要な機能があるか？ <input type="checkbox"/> 不要な機能がないか？
2	操作性	<input type="checkbox"/> 簡単に操作ができるか？（人が増えた時にすぐに使いこなせるか？） <input type="checkbox"/> 情報の入力負荷がかかりすぎないか？
3	カスタマイズの容易さ	<input type="checkbox"/> 運用開始後に項目変更ができるか？ <input type="checkbox"/> 項目変更の操作は簡単に覚えられるか？
4	サポート充実度	<input type="checkbox"/> 運用前の環境構築や導入のサポートが手厚いか？ <input type="checkbox"/> 運用開始以降のサポート内容は十分か？
5	拡張性	<input type="checkbox"/> 他ツール、システムとの連携ができるか？ <input type="checkbox"/> 連携にかかる労力は最低限か？

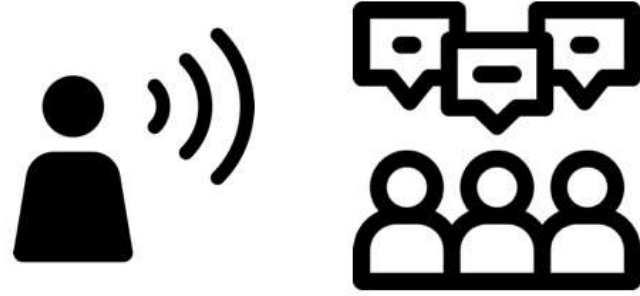
投入促進の仕組みづくり

02-1 入力/更新の定着

営業情報の入力・更新の定着による活用データ蓄積

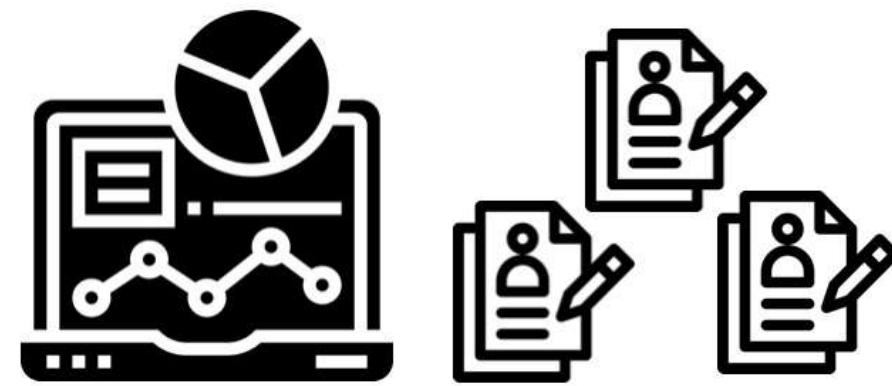
(例)

① SFA入力促進担当の設置



SFA入力促進担当の設置することで意識的に入力・更新を定着させる

② SFA入力情報を人事評価に反映



SFAに入力された営業活動情報が人事評価に直結するので意識的に入力・定着が進む

業務フロー（営業会議）への組み込み

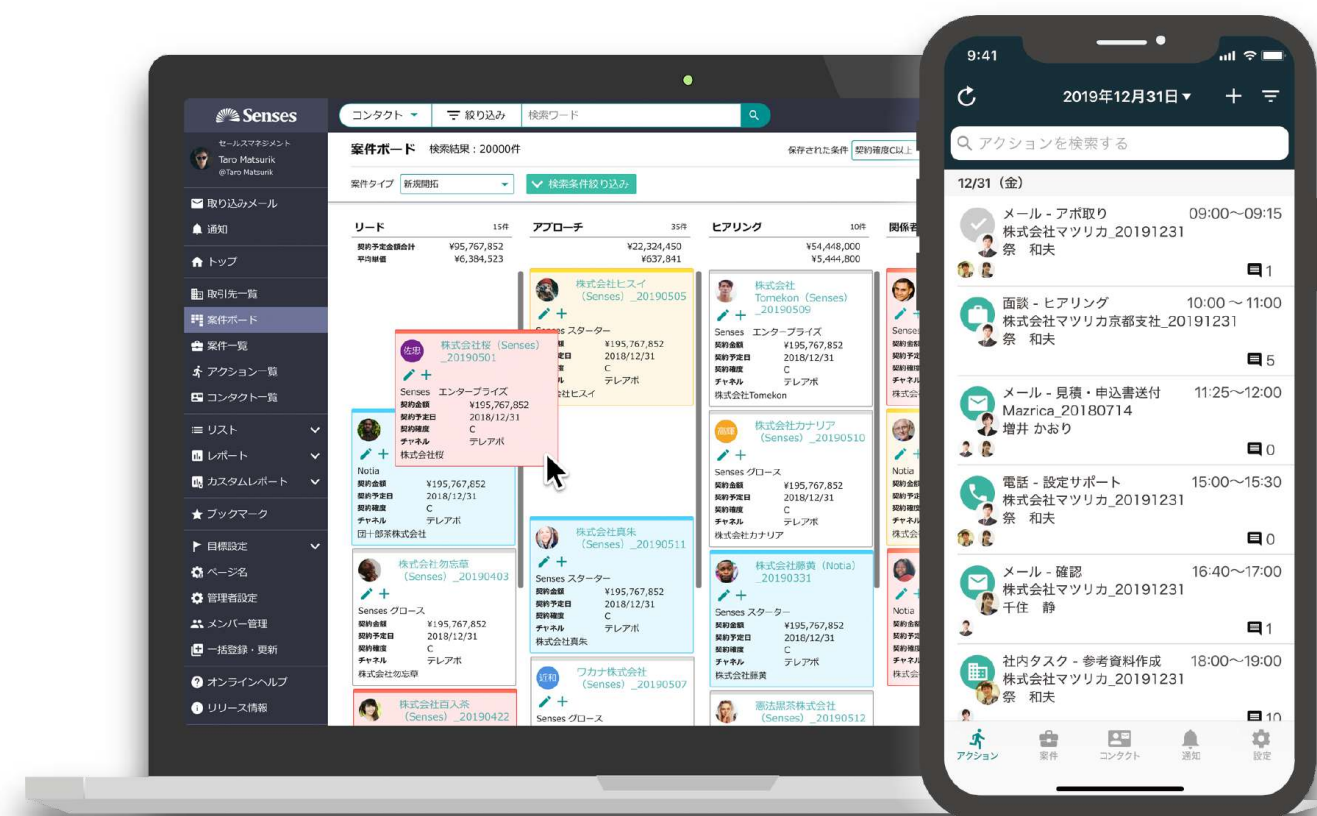
02-2 SFAを活用した営業会議の定着

営業会議の生産性を向上させて正しくPDCAサイクルを回す

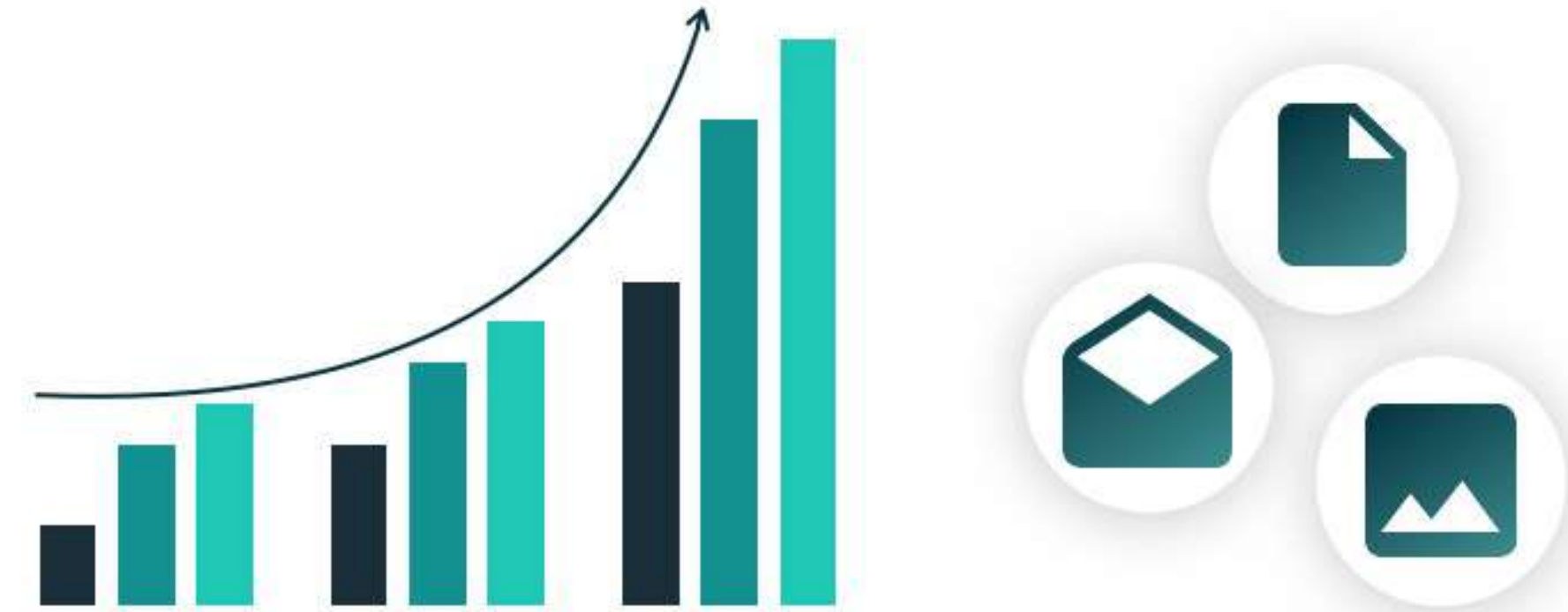
SFAを活用した営業ミーティングの例

種別	内容	効果
プロセスマネジメント	・各営業フェーズ進捗の歩留まりを可視化して課題を抽出	・組織/個人の得意&苦手フェーズ、スキル、ターゲットの解明
売上見込み（ヨミ）管理	・当月の着地見込みを確認し、期日とNext Actionを握る	・月末未達率の改善、実績のコントロール改善
案件進捗管理	・案件の進捗/停滞状況を確認し、打ち手を明確化	・セールスサイクル高速化/アクション抜け漏れ軽減
アクション数管理	・アクション数の結果/目標を確認し、行動量を握る	・行動量の増加、セールスサイクル高速化
個別案件レビュー	・重要案件の内容を共有し、仮説の精度をブラッシュアップ	・仮説精度向上、商談スキル向上、受注率向上
1 on 1	・各人の強み/弱みを明確化し、育成プランを策定/実行	・個人の特徴/課題の明確化、育成施策立案&実行

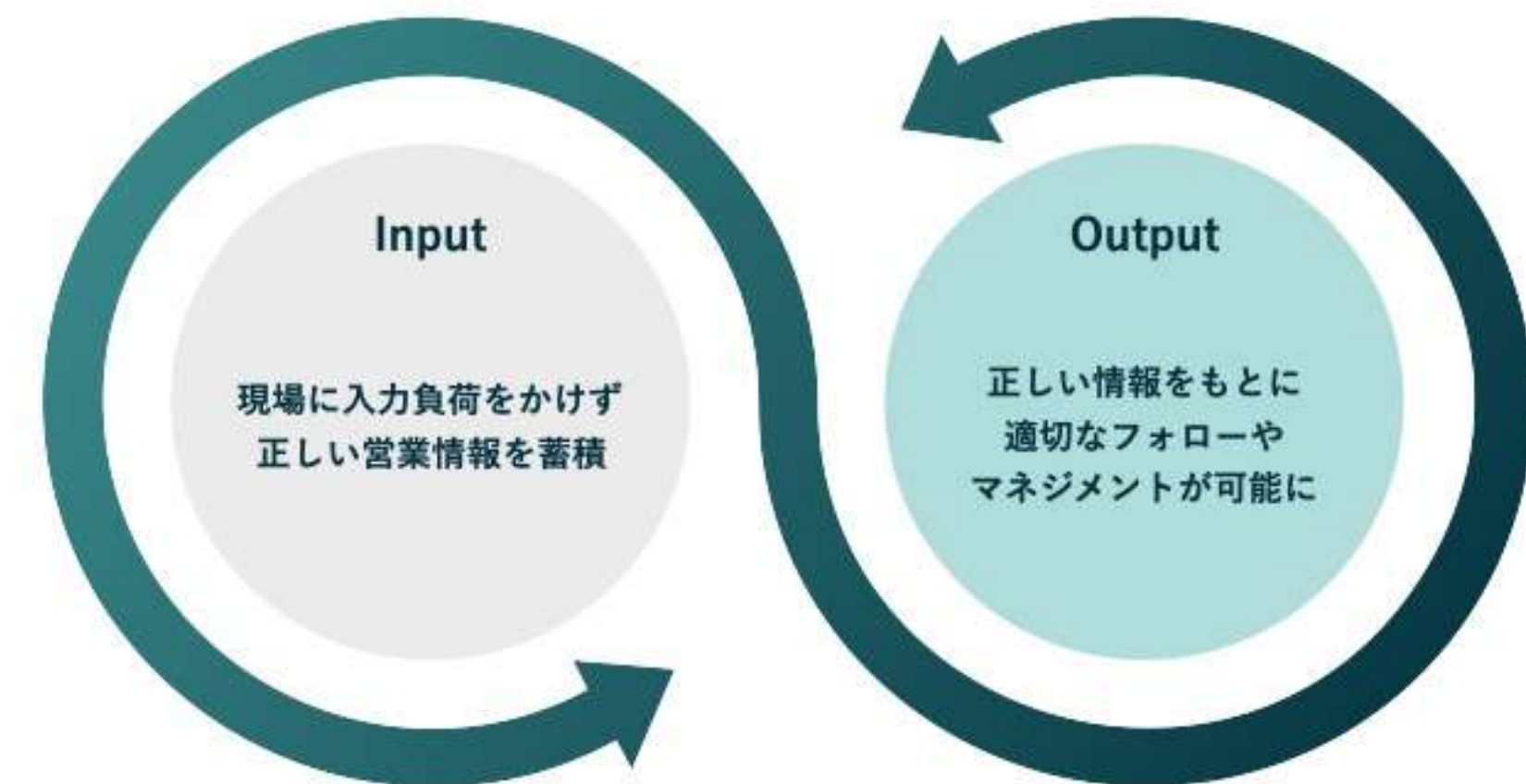
SFA導入成功の鍵は 現場が入力するインセンティブを設ける事



現場：売上向上・スキル向上



管理者：正しい情報を元にマネジメントが可能に



1

導入の目的を明確にする

- 優先目的を絞る、他は捨てる

2

早い段階で関係者（利用者・組織トップ）を巻き込む

- 目的を共有しキーマンを「課題解決する側」に巻き込む

3

目的にあった機能に絞り、シンプルに運用する

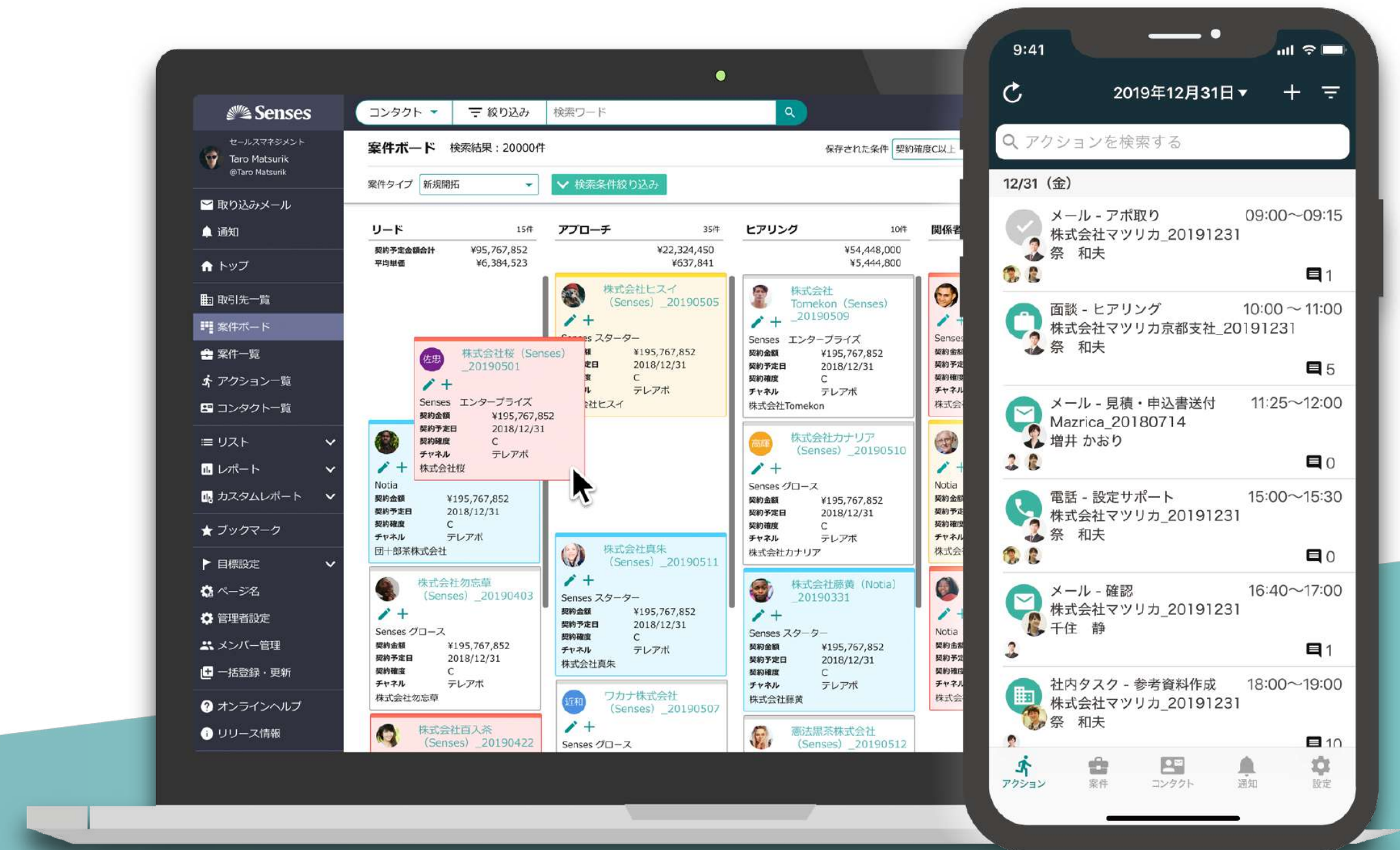
- 多機能で運用すると目的がぶれやすい
本当に必要な機能以外は捨てる覚悟も必要

クラウド営業支援ツール Senses (センシーズ) の特徴

クラウド営業支援ツール



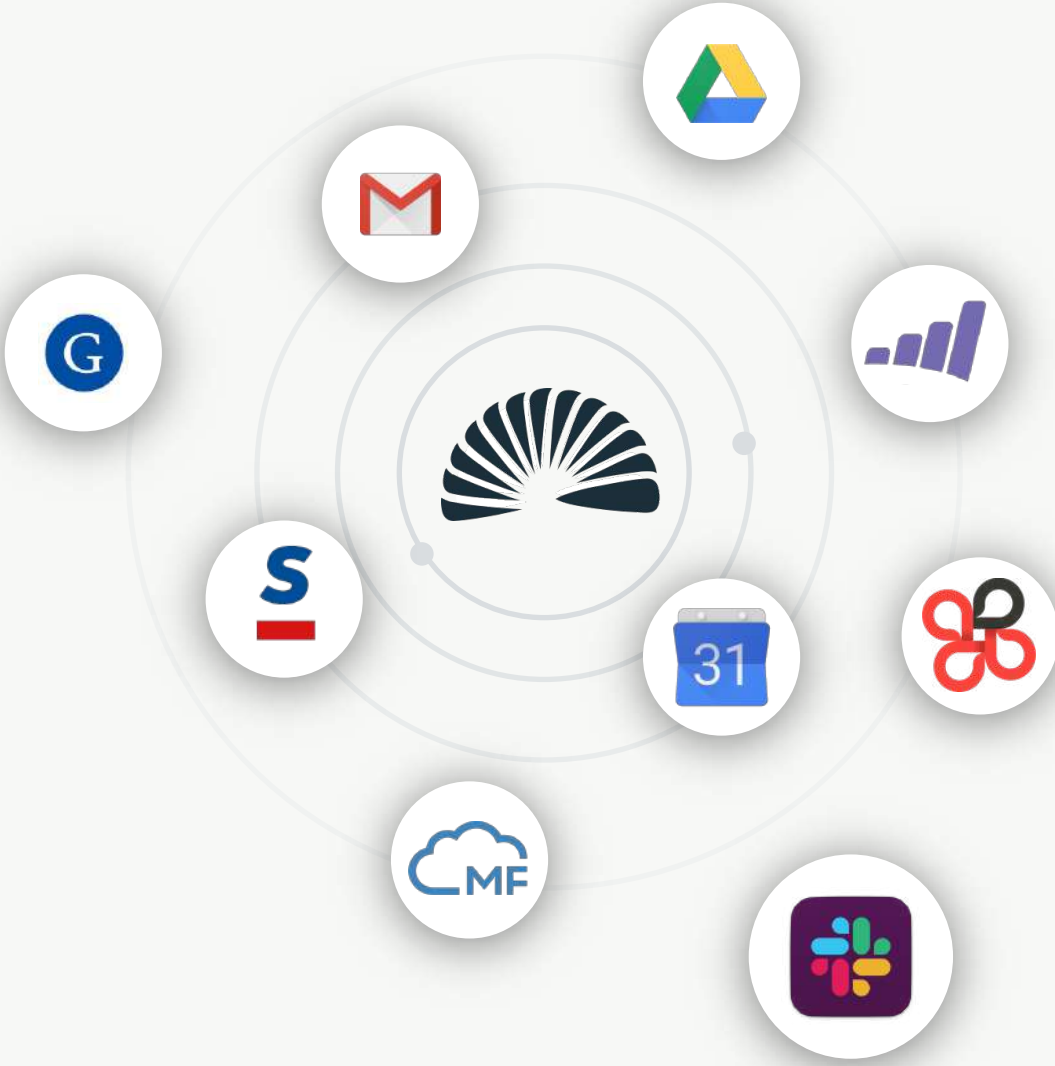
センシーズ



現場の定着・運用にもっともフォーカスしたSFAツール

簡単セットアップ

誰でも簡単設定、変更
最速の立ち上げをご支援



直感的な利用操作

現場が楽しめる
直感的に使えるUI/UX

株式会社マツリカ_法人事業部_20170626	株式会社マツリカ_カスタマーサクセス本部	株式会社マツリカ_代理店事業本部
商品名 Senses	商品名 Senses	商品名 Senses
契約金額(円) 1,000,000,000	契約金額(円) 20,000,000	契約金額(円) 102,020
契約確度 E	契約確度 E	契約確度 A
チャンネル テレアポ	チャンネル Web問合せ	チャンネル セミナー
契約(予定)日 2017/07/28	契約(予定)日 2017/05/26	契約(予定)日 2016/07/22
完了アクション 2017/06/28	完了アクション 2017/04/26	完了アクション 2017/06/26
次回アクション -	次回アクション -	次回アクション -
取引先 株式会社マツリカ	取引先 株式会社マツリカ	取引先 株式会社マツリカ

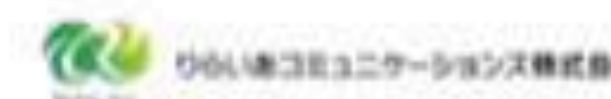
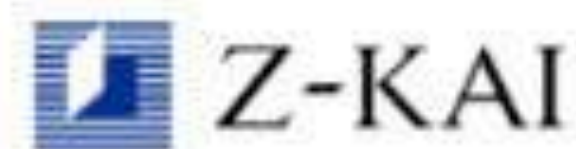
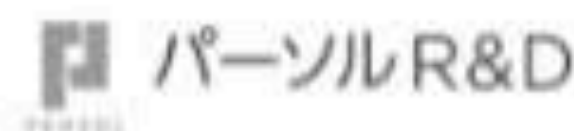
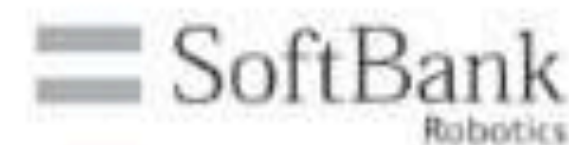
株式会社Senses_PR事業本部	株式会社マツリカ_クラウドソリューション事業部	株式会社Senses_PR事業部
商品名 Senses	商品名 Senses	商品名 Senses
契約金額(円) 102,020	契約金額(円) 7,777	契約金額(円) 100,000
契約確度 A	契約確度 E	契約確度 E
チャンネル セミナー	チャンネル テレアポ	チャンネル テレアポ
契約(予定)日 2016/07/22	契約(予定)日 2017/01/28	契約(予定)日 2016/07/04
完了アクション 2017/06/26	完了アクション -	完了アクション 2017/07/01
次回アクション -	次回アクション 2017/01/07	次回アクション -
取引先 株式会社Senses	取引先 株式会社マツリカ	取引先 株式会社Senses

充実のサポート体制

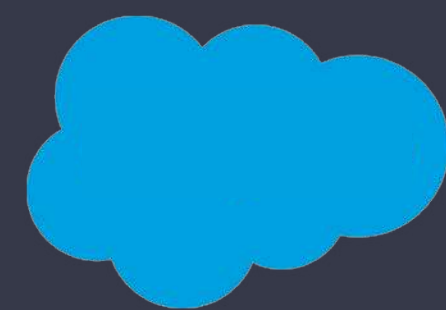
導入～成果創出まで
専門チームが手厚いサポート



スタートアップから大企業まで**2,000**社以上の利用実績



他の営業支援ツールとの設計思想の違い



多機能で複雑な画面設計

管理部門主導

業務フローを全方位的に管理

実績データを中心に管理



必要な機能をシンプルで直感的に

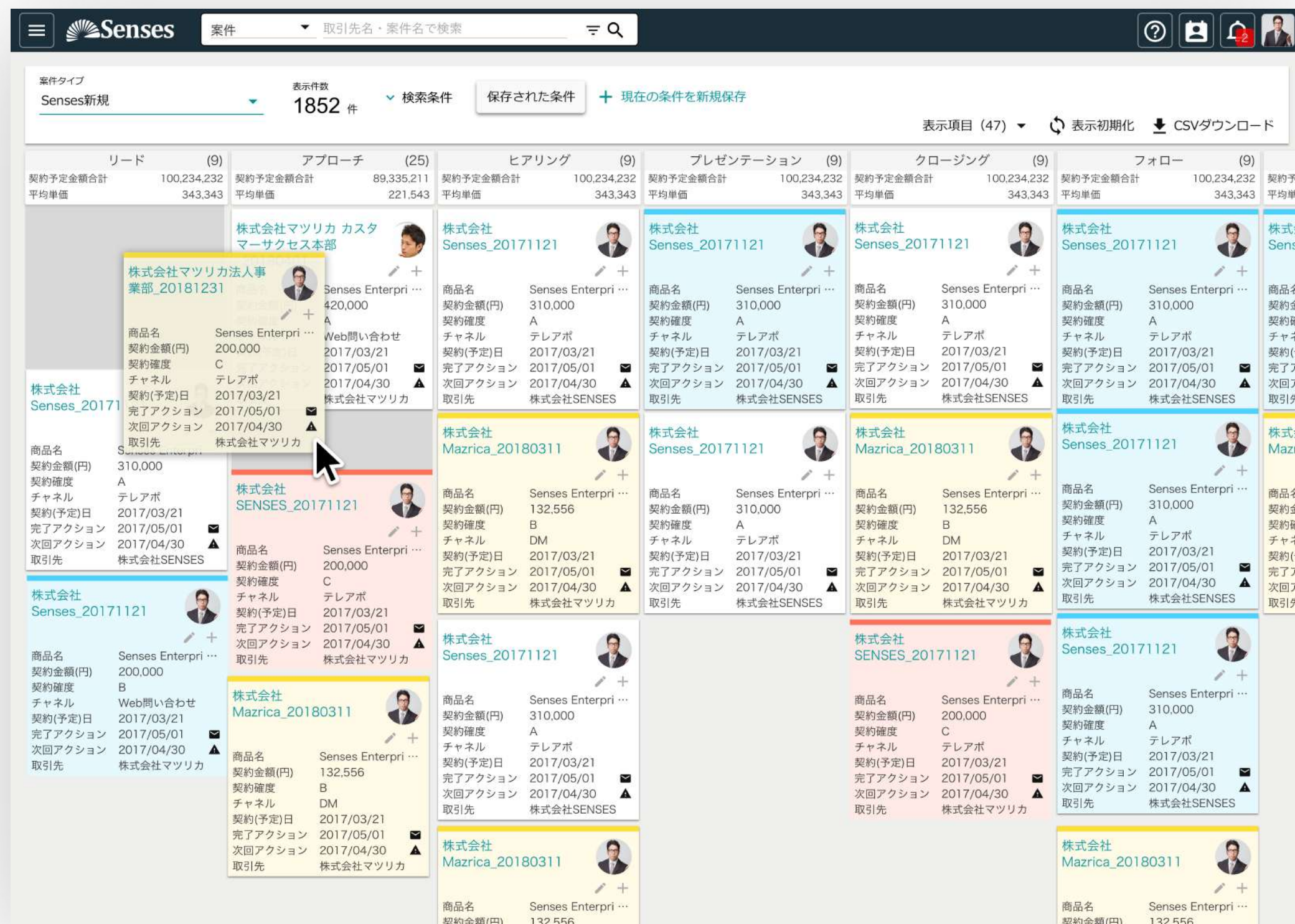
営業現場主導

営業組織と現場の運用定着に注力

進捗管理や分析改善に重点

案件管理

現場で動いている案件の
本当を知る



The screenshot displays the Senses CRM interface. At the top, there's a navigation bar with the Senses logo and a search bar. Below it, a dashboard shows various filters and statistics. The main area is divided into columns representing different stages of the sales process: リード (9), アプローチ (25), ヒアリング (9), プレゼンテーション (9), クロージング (9), and フォロー (9). Each column contains a list of cases with details like 商品名, 契約金額(円), 契約確度, and 完了アクション. A detailed view of a case is shown on the left, with a mouse cursor pointing to a specific entry.

- フェーズの更新漏れを即座に発見
- 放置してしまっている案件はフォロー
- 停滞している案件の検知
- 大口案件(上長フォロー)の絞り込み
- 今月クローズできる見込み案件の絞り込み
- 契約予定日/確度のチェック
- 契約予定日/金額の確認

行動管理

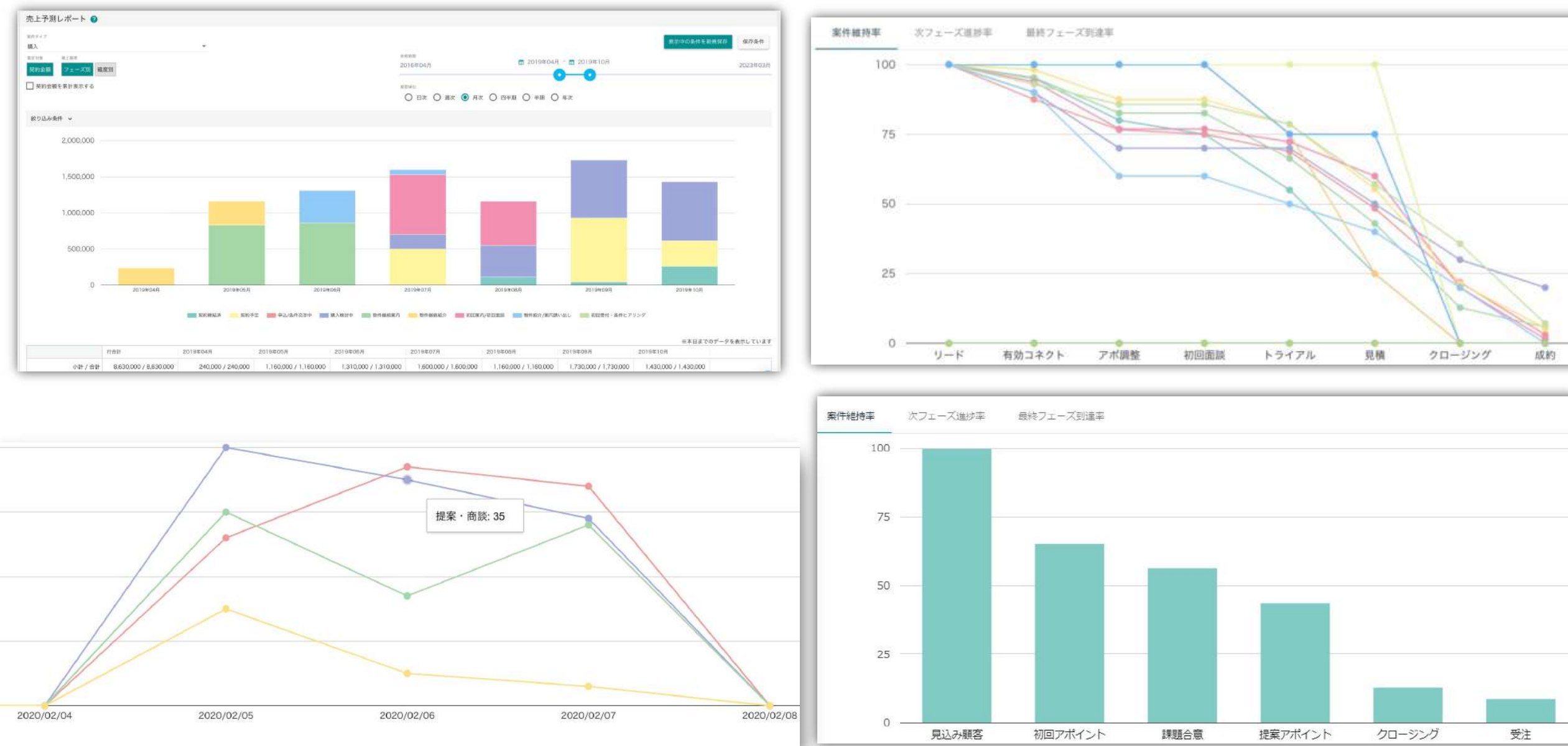


日々の行動データを資産に

- 面談の目的、種別を考察し、ネクストアクションを適切にセット
- モバイルアプリから簡単に活動記録
- 活動に対してチャット感覚でコメント
- 活動入力を放置していると、アラート
- 上司や他のメンバーがフィードバック

分析機能

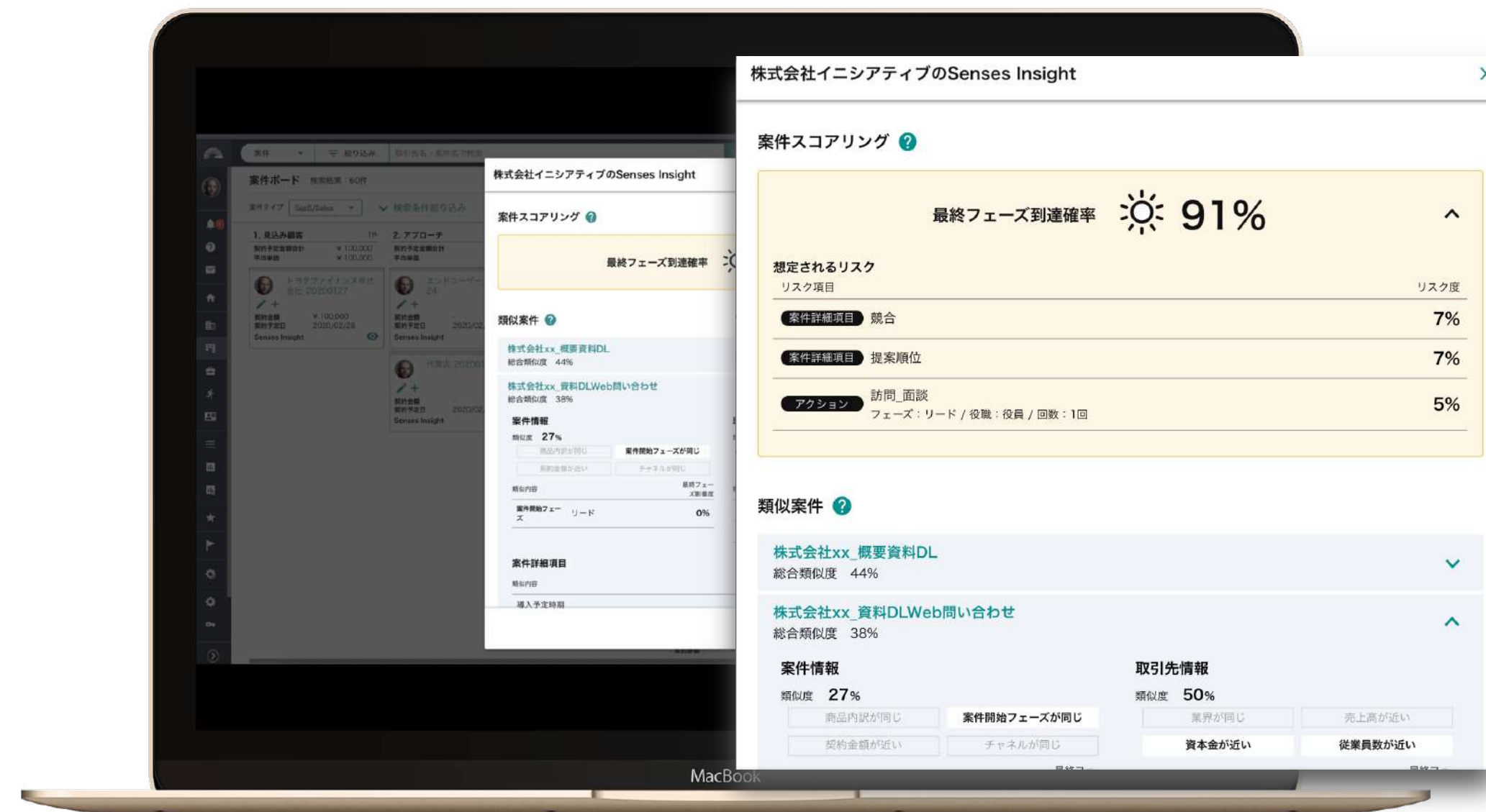
営業現場が明日を改善するためのダッシュボード



- どのプロセスで案件が落ちてしまっているか？
- どのプロセスがボトルネックになっているそうか？
- 案件が落ちている要因は何か？
- フェーズ設定は適切か？
- 誰がどのプロセスにおいて歩留まりが高い/低いのか？
- 各人の得意フェーズ(or得意な顧客属性)/課題は何か？
- フェーズ毎に担当分担や同行施策の必要はあるか？
- トップセールスとボトム層の差分は何か？

AI分析機能

案件を成約に一步すすめる AI分析機能



① 契約確度スコアリング

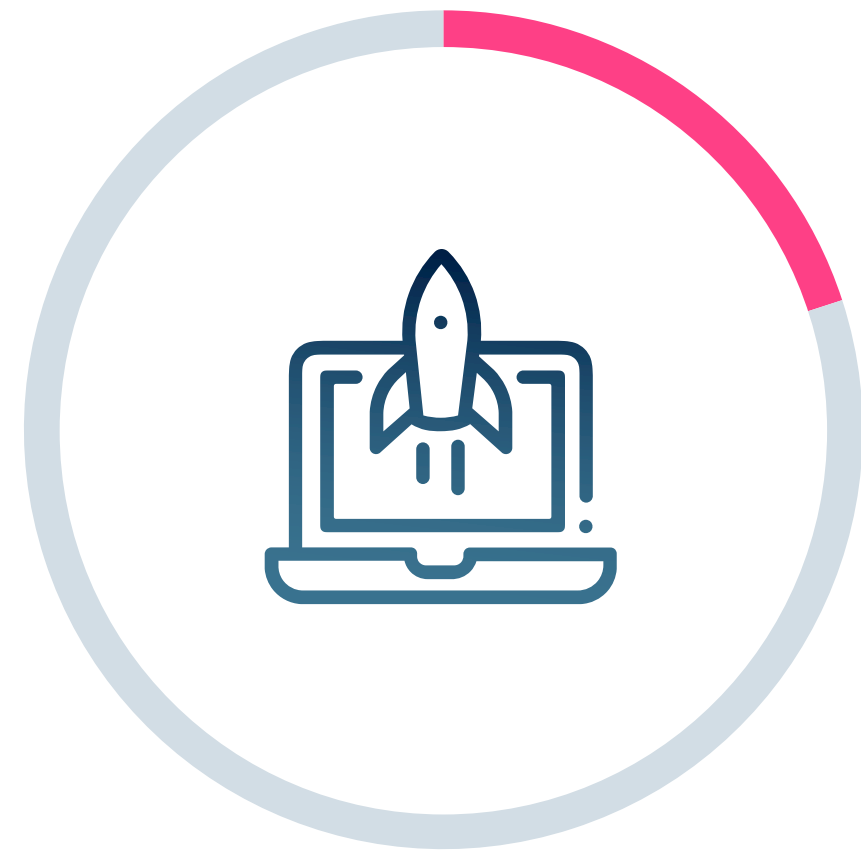
各案件の現状の契約確度を分析し
想定されるリスク要因とともに提示します。

② 類似案案件サジェスト

類似している受注案件を提示します。

③ おすすめの次回アクション

現状のフェーズから成約に近づくために有効なネクストアクションを
提示します。



Step #1
運用設計



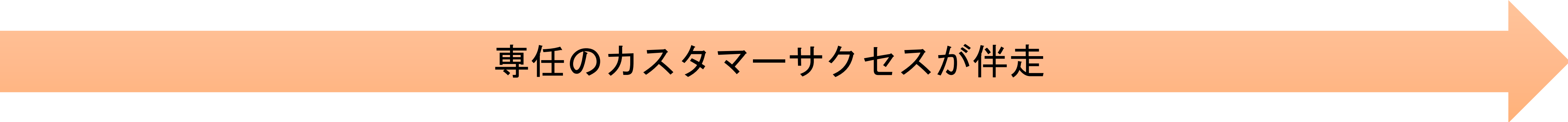
Step #2
システム設定



Step #3
メンバー研修



Step #4
運用スタート



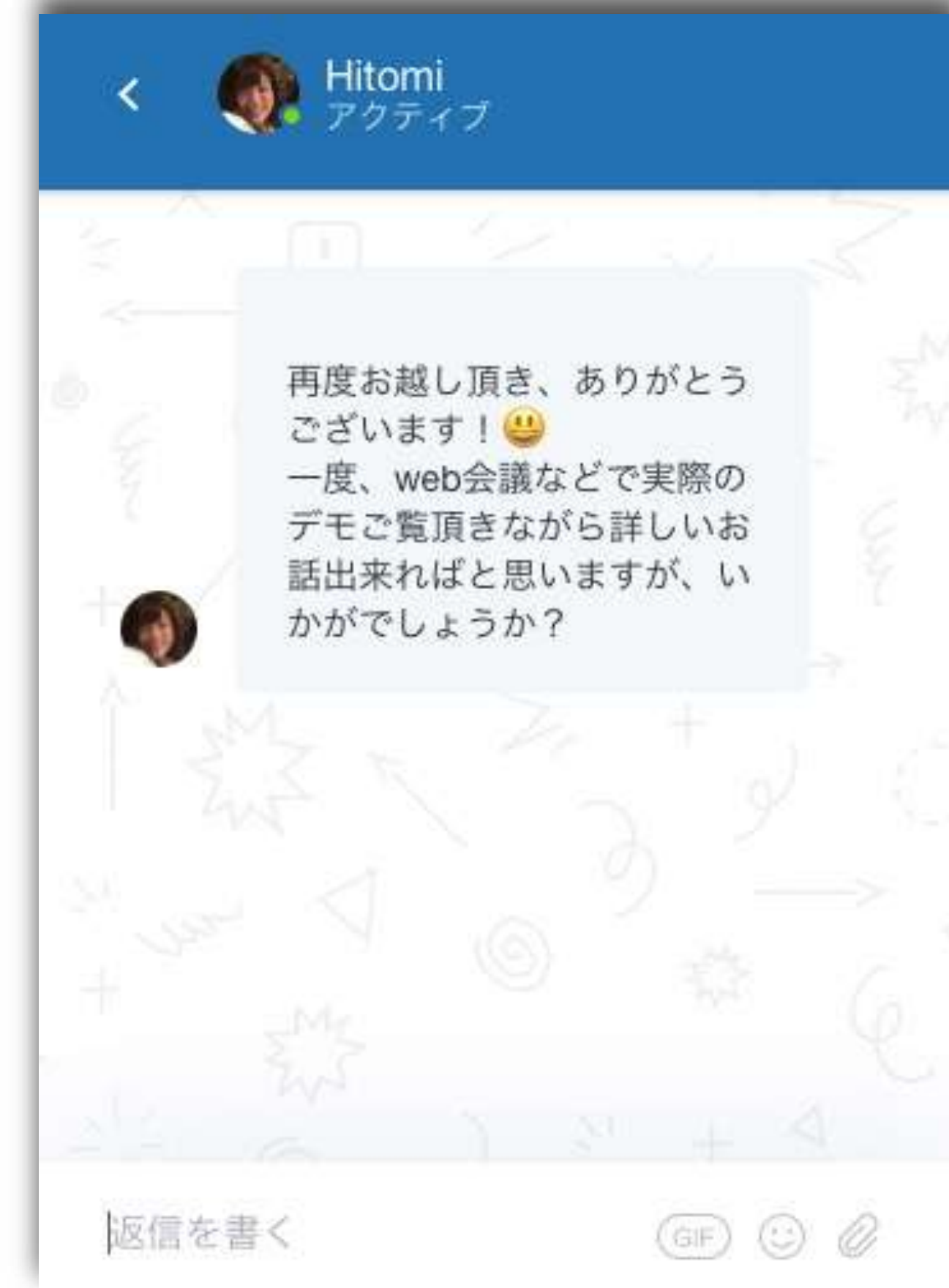
専任の顧客サクセスが伴走

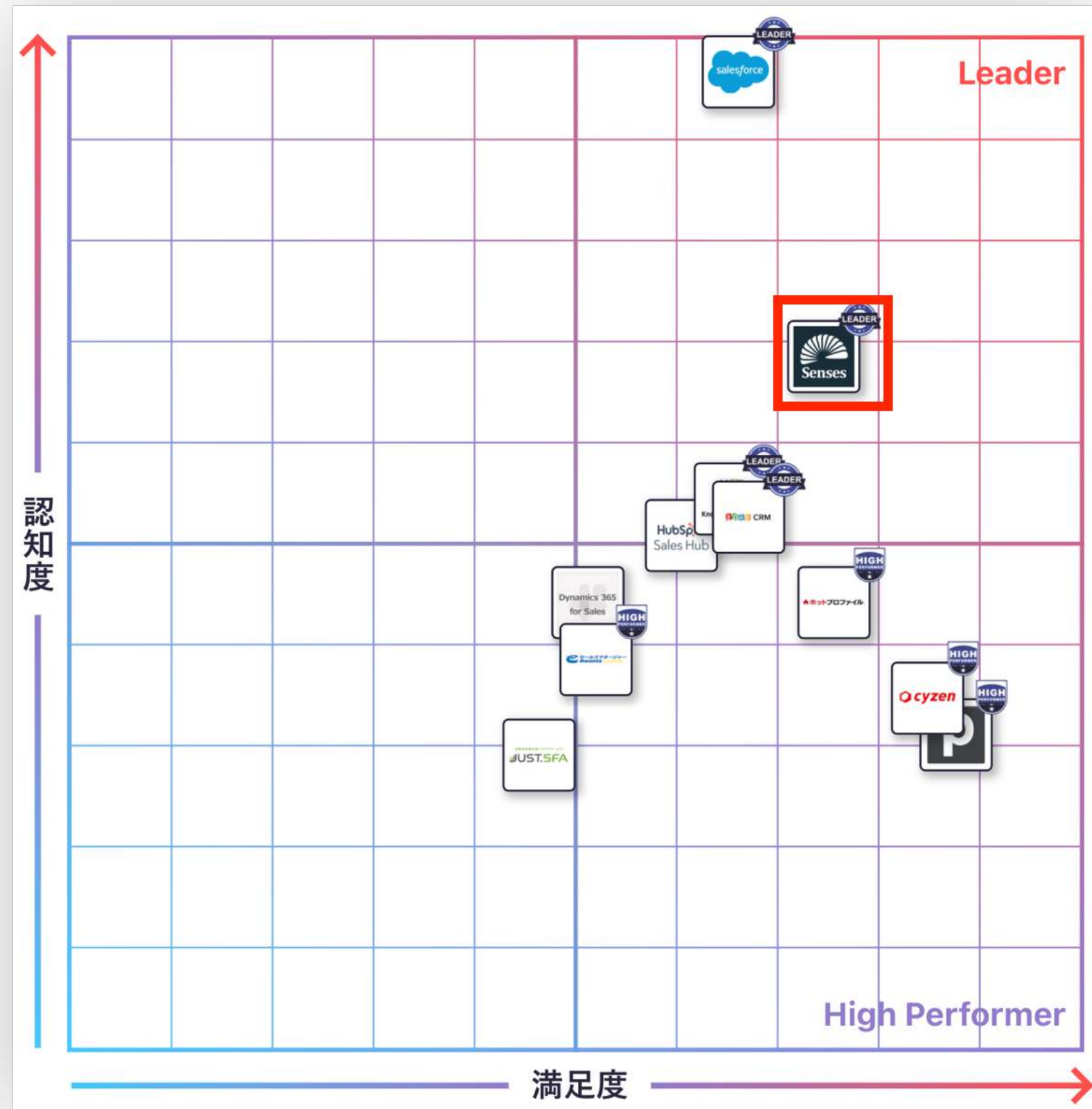
お困り事はチャットで即解決

専任のCSチームが無料で
リアルタイムチャットサポート

レスポンス2分以内(中央値)
で運用のお困りごとや操作の不明点
を即解決します

※営業時間：平日 10:00~18:00





★★★★★

投稿日：2021年02月02日

雑務の多い忘れやすい営業でも使いこなせる！

この製品・サービスの良いポイントは何でしょうか？

以前の会社ではsalesforceを利用していましたが、受注管理と名刺管理としてしか機能しておりませんでした。
現在の会社では入社当時からSensesを導入しており、利用方法の社内レクチャーが全くない状況で、他ツールと合わせて自力で活用開始しました。

まずは、案件ボードで見た目で見ただけで状況がわかるので、利用するハードルが低かったです。顧客ではなく案件で語る文化が定着するため、案件への行動をするとフェーズが動く事が何かを頑張っって入力・上司からの確認をせずとも、イメージしやすいのは、Sensesならではのだと感じます。

使い続けるうちに、どんどん使いやすくなっているのも、嬉しいポイントです。
CTI、Gmailと連携し、アプリも使い倒しています。

使い方での不明点も質問すると、すぐに返答を頂けます。
サポートが画一的ではなく、ユーザーに寄り添う姿勢も素晴らしく、頼りにさせて頂いています。

★★★★★

投稿日：2021年01月22日

営業の可視化が出来て便利です

この製品・サービスの良いポイントは何でしょうか？

この製品のお陰で、お客様との定期接点を漏らすことなく出来るようになりました。またメールにも連動しており、各お客様ごとにこれまでどんな案内をしていたのか？どんなやり取りをしていたのかも記録として残すことが出来、お客様を引継ぐ！となっても後任の負担もかなり軽減できるようになっていると感じています。今後ももっと活用して、売り上げの予測、お客様の掘り起こし等にも活用していきたいです。

★★★★★

投稿日：2021年01月30日

一瞬で運用に乗るSFA!!

この製品・サービスの良いポイントは何でしょうか？

一番は「Sensesを使うと現場もマネージャーも負荷なく案件・アクション管理ができ、一瞬で運用に乗る」ことだと思う。

SFAの活用には次のような段階があると思う。

- 1.一元的にもれなく案件情報が入力・管理（チームで）できる。
- 2.一元的にもれなくアクション情報が入力・管理（チームで）できる。
- 3.受注までの営業プロセスを分析する材料がそろそろ。
- 4.受注までの営業プロセス、分析・改善・実行（PDCA）が回る。

1と2が鬼門で、そこをクリアするためには

- a.一元的に情報入力・管理するクセがついた人を採用する。
- b.膨大なマネジメントコストをかけて入力のクセをつけてもらう。

しかない。

bはプレイヤーにとってもマネージャーにとってもとても苦痛でそこを越えられず、SFAの導入に失敗しているチームを自分は多く見ている。

しかし、Sensesを使うと、3まで一足飛びに到達できる。（アクション管理も一足飛びでクリアできるというのがポイント。Salesforceでアクションまで徹底的に入力できるチームになるのは相当大変。）

理由は、徹底的に現場が入力しやすく、使いやすい設計だから。

★★★★★

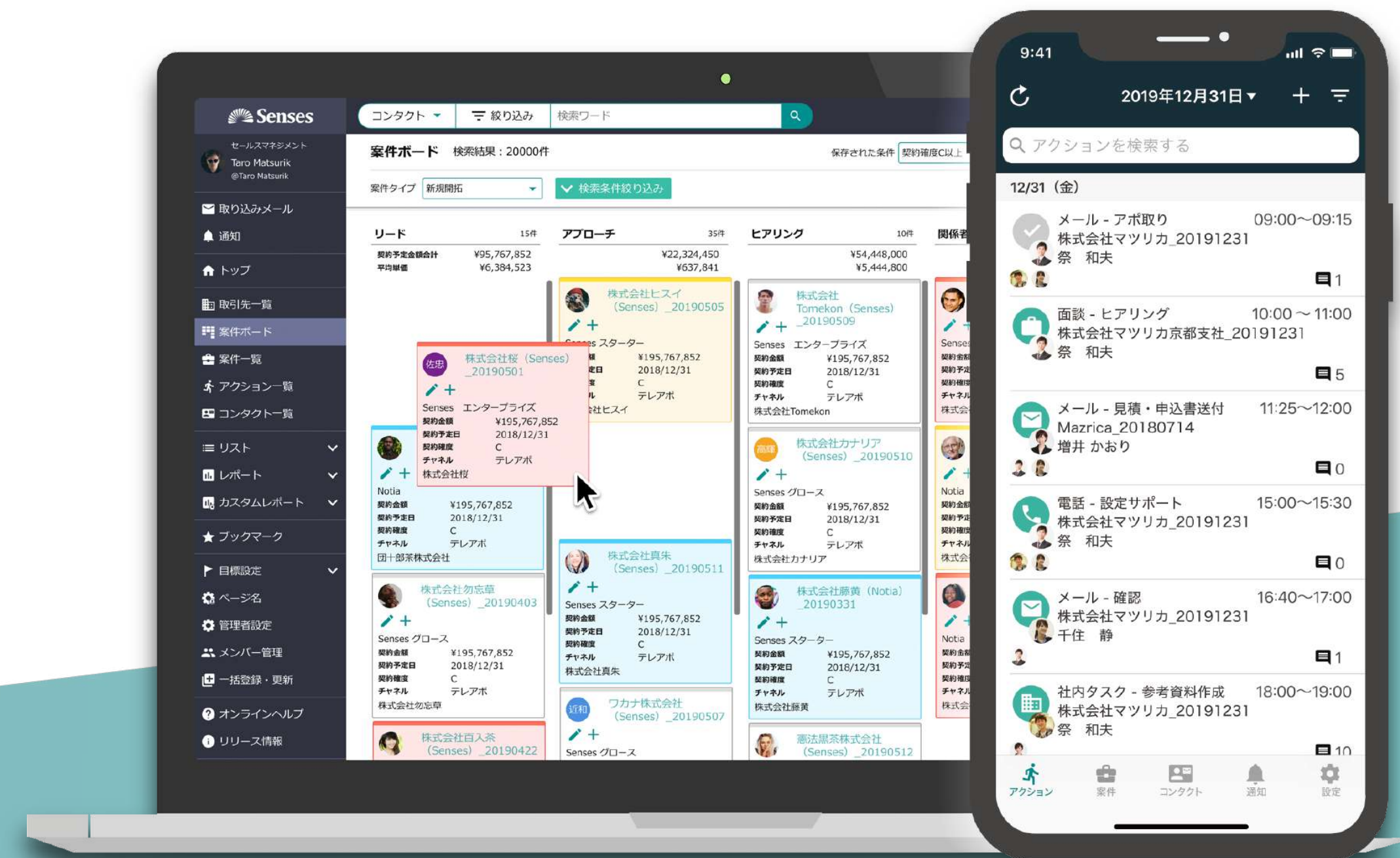
投稿日：2021年01月29日

直感的で使いやすく、運用しやすい

この製品・サービスの良いポイントは何でしょうか？

SFAはオンボードが大事になりますが、マネージャー側で設計が簡単にできて、分からない点があればCSの方がすぐに対応頂けるので安心。また、メンバー側にとっても更新のしやすいUIになっているため、データの抜け漏れが少なく、見込みの精度も高くなったと感じています。

乗り換えbefore / after



Before

After



業界大手A社
(専門サービス業)

Salesforceの運用管理者が退職した結果、環境設定ができる人がいなくなってしまい、アクションを入力するだけのツールになっていた。管理者の学習コストが高いため、導入後の微調整が難しかった。

インターフェースが使いやすいので、誰でも環境設定ができるようになった。会社の成長フェーズに合わせて営業の仕方も高度になっていく中で、それに合わせて調整をしやすくなった。



業界中堅B社
(ソフトウェア業)

どこを触ったら何が変わるのかがわかりにくい。二重入力が発生して手間がかかる。結果として、現場の営業マンが入力してくれず、30%ぐらいの人しか活用していなかった。

メールやカレンダーとの自動連携もさることながら、画面がわかりやすいので、入力負荷が圧倒的に少なくなった。以前は5クリック必要だった作業が、1クリックになったイメージ。



業界中堅C社
(専門サービス業)

基本料金に加えて、オプションも複数追加していたので、コストが高くなっていた。一方で、使いにくく活用が進んでいなかった。

コストを4分の1に削減しつつ、必要な機能を維持できた。システム移管もスムーズに行えた。

他のSFAに比べ「使いやすい」という価値は、導入・運用コストとして定量化される

とある企業での例（従業員100名規模）※他ベンダー比



※注1 単価3,000円の人材が20営業日稼働すると仮定。（1営業日を8時間とする。）

※注2 1日あたりのアクティブユーザー率

既存SFAとExcelの併用から乗り換えで大幅売上アップを実現

人材

BtoB



人材派遣、請負・業務委託、紹介事業を展開。
また構造改革支援やM&Aと総合的な
サービスを提供。

導入背景

全社的に利用しているSFAはあるものの、**入力率が悪く、分析する際のカスタマイズが大変なこと**から、**主にExcelを使った二重管理を行っていた**。
採用課営業部署では、分析にかかる稼働やExcelに蓄積できる情報に限界を感じていた為、“使いこなせるSFA”を独自に導入することを検討していた。

Sensesを選んだ理由

- ・システム全般の操作性、シンプルさ
- ・カードでの案件管理が最も運用イメージに近かった
- ・その他SFAは機能や画面が複雑だった

導入効果

- ・僅か3ヶ月で全員が使いこなし案件を管理
- ・受失注のPDCAを回し、戦略的に案件を進めることができるようになった
- ・導入当初は15名での利用だったが、高い導入効果から他部署展開し100以上が利用

他社SFAとの比較やデモ
ご利用事例など
気になることがございましたら
スタッフまでお気軽にご連絡ください

お問い合わせ ▶▶ <mailto:sales@mazrica.com>

